

中美银行卡产业比较分析及启示

施 恬

(厦门大学金融系,福建厦门,361005)

摘 要:入世后,我国银行卡产业面临外资银行日益激烈的竞争,借鉴发达国家经营银行卡的先进经验,对加快我国银行卡产业的发展具有重要的意义。本文分析了中美两国银行卡产业发展的差异,得出可供我国银行卡产业发展的若干经验与启示。

关键词:银行卡;比较;经验与启示

中图分类号:F830 **文献标识码:**A **文章编号:**1009-3877(2004)03-30-2

银行卡作为一项在西方已发展了几十年的金融业务,具有初始投入少、利润空间大的特点。目前在我国,外资银行在营业网点、分支机构的分布还不占优势的情况下,必然凭借他们在银行卡业务的领先地位与中资银行展开竞争。我国银行卡产业自1985年中国银行发行的第一张“中银卡”以来,近20年来仍处于初级阶段。全面了解发达国家银行卡产业现状,促进自身的发展已是当务之急。

一、中美银行卡产业发展史比较

美国是当今世界上银行卡产业发展最成熟的国家,在拥有全世界信用卡绝大部分市场五大信用卡组织中,美国占据了四席。2002年末VISA国际组织在全球支付卡中占据60%的市场份额。

1.银行卡联合机构的比较。VISA的前身是“银行间卡片协会”,它是由美洲银行和美国东部14家银行在1965年联合成立的,如今已成为世界上最大的银行卡联合组织。

2002年3月经中国人民银行批准,由国内80多家金融机构共同发起成立了中国银联股份有限公司,致力于建立和运营全国银行卡跨行信息交换网络,实现银行卡全国范围内的联网通用,中国银联的成立标志着我国有了自己的品牌银行卡联合组织。

中国银联在市场机制和行政措施两种力量制衡的过程中发挥着重要的协调作用。我国现有的市场发展水平决定了银行卡的利益分配不可能完全按照市场供求关系进行,这就需要政府采取一定的政策措施进行宏观调控以引导资源合理配置。中国银联因此具备了“市场各种力量的联合组织”和

“政府调控政策的协助者和执行者”双重身份。但是,相对于已发展几十年的VISA国际组织,发展环境的不成熟将给刚刚成立的中国银联充分发挥作用带来一定障碍。

2.银行卡产品的比较。(1)种类方面:VISA组织并不直接向消费者和商户发卡,但在推广会员金融机构开发的新产品方面发挥着重要的作用。在美国VISA有借记卡、信用卡、公司卡、采购卡和商务卡等品种,具有循环信用和免息还款功能的信用卡是主流产品。信用卡发行机构还与有一定客户网络的企业合作开发联名卡,当持卡人在消费该企业产品时给予一定的折扣和返还,既为企业扩大了产品的影响又为发卡机构争取了客户,是一种“双赢”的产品创新,联名卡已占据了美国信用卡市场的相当比重。我国发行的银行卡已达5.69亿张,但多数为借记卡、准贷记卡,真正的信用卡只有300多万张,不仅产品结构不平衡,而且卡种繁多,没有拳头产品。(2)功能方面:在美国,银行卡是仅次于支票的个人支付工具,仅VISA卡消费额就占美国全部个人消费支付金额的11%,广泛的用卡意识和支付的便利性已使其成为一种美国社会的支付方式。我国的银行卡目前主要起着存取工具的作用,大部分持卡人只是把它作为电子存折,居民的用卡消费额仅占全部消费额的1%,对银行卡的使用从取款消费的间接用卡向刷卡消费的直接用卡过渡还需要一段时间。

美国VISA卡市场的主流产品是VISA信用卡,消费信用是它的主要功能。由于我国个人征信系统的建设还处于起步阶段,信用卡发行所蕴藏的巨大信用风险成为制约信用卡市场发展的“瓶颈”,再加上人们普遍坚持传统的“先存款,后消

收稿日期:2003-05-29

作者简介:施恬(1981-),女,厦门大学金融系研究生。

费”的消费观念,导致了信用卡发展的相对滞后,银行卡的消费信贷功能远未引起人们的重视。

VISA 营销策略中重要的一点就是通过大型活动提供赞助,与知名企业合作来提高品牌的知名度。相形之下,虽然我国各发卡行在推出自己的产品时都不遗余力进行了广泛的宣传,但似乎效果都仅限于地方市场,未辐射到全国,一定程度上弱化了产品影响。中国银联成立后陆续在各地推出的“全国银行卡消费有奖活动”将逐渐使这种现象得到改观。

3.受理环境的比较。近几年随着银行卡产业的飞速发展,我国银行卡的受理环境已得到了极大的改善,截至2003年6月,全国安装POS机30万台,ATM机5.3万台,比10年前分别增长了9.96倍和11.2倍。但现有的资源相对全国市场仍是杯水车薪,与银行卡产业发达的国家相去甚远,还需要不断地建设。

4.专业化服务的比较。专业化服务公司是接受发卡行的委托负责代理卡业务处理过程中部分非核心相关环节的第三方机构,目前美国市场有68%的信用卡业务处理工作是由专业化服务机构承担。VISA组织为了规范它的发展,制定了相关的管理制度,称为独立销售组织(ISO),以保障发卡行和客户的利益。在我国市场经济较发达的地区,已出现了银行卡的专业化服务公司,但这一市场主体在我国仍属于新生事物,应创造良好的环境以利于其成长和发挥作用。

5.信用管理的比较。信用卡业务高风险的特点使信用管理成为信用卡经营的重要课题。美国已建立发达的个人信用管理体系,运用先进的信用评分技术对个人信用状况做出准确评估,有效降低了信用卡业务风险。我国的个人信用管理尚处于起步阶段,还要经历一个长期的发展过程。

二、对我国的启示

与美国相比,我国的银行卡产业仍存在着产品功能单一、市场基础薄弱、创新动力不足等缺陷。借鉴美国的先进经验,可促进我国银行卡产业的发展。

1.对中国银联发挥作用的思考。中国银联的成立标志着我国银行卡产业联合发展进入了一个新阶段。但是在银联积极推进联网通用、共享的过程中,发卡行、收单行和银联卡中心按8:1:1的比例分配商户回佣的机制明显有利于发卡行,而且发卡行既能享受银行卡中沉淀资金的收益,又无需为特约商户的拓展和POS机的布放、维护支付费用,相比之下必须承担这些支出的收单行的收益远远弥补不了成本,因此出现一些新兴商业银行依靠大量发卡加剧与传统大行的竞争而不在设备上大规模投入的“搭便车”情况,导致各参与主体之间的利益分歧,阻碍统一平台的建设。中国银联应积极发挥作用,依靠政府和市场两种力量,统一认识、统一行

动,采取有效措施解决现有矛盾,例如可把收单行的分配比例适当提高,对传统大行既有的设备投入和市场份额给予充分肯定。同时加强与发卡行和收单行的日常沟通,协调好市场参与各方的利益。

2.加快银行卡产品创新。中国人民银行1999年颁布的《银行卡业务管理法》使信用卡产业有了制度保障。从2003年开始一直低调发展的我国信用卡市场开始升温,招商银行、工商银行、建设银行先后成立了信用卡中心,银行业新一轮竞争的焦点将集中在信用卡业务上。借鉴VISA美国发行联名卡的成功经验,我国发卡银行应加强同交通、旅游、航空、保险、餐饮等行业的合作,发行联名卡,加强宣传,形成品牌效应,把开展行业合作作为挖掘新的利润增长点的重要手段。经营银行卡业务要积极与服务创新相联系,为持卡人提供支付便利、消费信用和免息还款功能之外的附加服务,如自助刷卡交费、手机银行、网上银行预约购物等,让用户最大程度地享受持有银行卡带来的便利。

3.改善受理环境。目前受理环境规模不足的主要原因在于大多数商户特别是中小商户从受理信用卡中获得的利益不能弥补其回佣支出,受理银行卡的积极性不高。目前我国居民的用卡意识较差,商户受理信用卡并不能带来交易规模的显著增长,这种情况下每笔刷卡交易中必须返回的佣金无疑给保本微利的中小商户增加了负担。在现有条件下,受理环境根本改善需要各方面的共同努力。

4.建立信用风险管理体系。发卡行要做好客户的信用评估和风险控制,建立全国性的信用认识体系,这是一个庞大的社会工程,需要在政府的统一领导下,联合社保、工商、财政、税收等部门共同合作,搜集相关信息后运用信息评分技术按照统一标准对个人信用状况做出评价。各银行之间必须加强同业协作,密切交流,实现信息共享,形成信用卡安全防范共同体。

5.完善相应法律法规。全国范围内银行卡业务规范目前只有《银行卡业务管理办法》,但这只属于中国人民银行制定的行业规定,难以对银行卡特别是信用卡各方行为形成约束,针对信用消费保护、特约商户行为规范、恶意透支人惩罚机制等都没有相应的具体法规。因此,应尽快制定一部详细规范各市场主体权利义务关系的法律法规,从制度上保证银行卡产业的健康发展。

6.注重国际交流与合作。我国已有17家金融机构成为VISA国际组织的会员。作为国际上先进的银行卡联合组织,VISA拥有世界先进的银行卡技术和市场经验,我国银行卡机构应充分认识到自己的不足,虚心学习,加强国际交流与合作,不断地促进银行卡产业的发展。